

**REPRESENTASI KONSEP DIRI CANTIK DALAM VIDEO KLIP  
(ANALISIS SEMIOTIKA VIDEO KLIP BEYONCE- PRETTY HURTS)  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Jurusan Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh:**

**ANISA CEMERLANG**

**L 100 120 104**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**Representasi Konsep Diri Cantik dalam Video Klip  
(Analisis Semiotika Video Klip Beyonce – Pretty Hurts)**

## PUBLIKASI ILMIAH


Oleh:

**ANISA CEMERLANG**

**L100120104**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



**Rina Sari Kusuma, M.I.kom.**

NIK. 1103

## HALAMAN PENGESAHAN

### REPRESENTASI KONSEP DIRI CANTIK DALAM VIDEO KLIP (Analisis Semiotika Video Klip Beyonce – Pretty Hurts)

Oleh:

ANISA CEMERLANG

L100120104

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada, 16 Januari 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Rina Sari Kusuma, M.I.Kom
2. Fajar Junaedi, M.Si
3. Nur Latifah U.S, M.A

(.....)  
(.....)  
(.....)

Dekan,



Husni Thamrin, Ph.D

NIK. 706

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 16 Januari 2017

Penulis



ANISA CEMERLANG

L100120104

# REPRESENTASI KONSEP DIRI CANTIK PADA VIDEO KLIP (ANALISIS SEMIOTIK PADA VIDEO KLIP BEYONCE-PRETTY HURTS)

## ORIGINALITY REPORT

% <b>23</b>	% <b>7</b>	% <b>1</b>	% <b>21</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	% <b>16</b>
<b>2</b>	oldconan.tistory.com Internet Source	% <b>1</b>
<b>3</b>	cmch.typepad.com Internet Source	% <b>1</b>
<b>4</b>	Submitted to 87988 Student Paper	<% <b>1</b>
<b>5</b>	Submitted to Hong Kong Baptist University Student Paper	<% <b>1</b>
<b>6</b>	eprints.ums.ac.id Internet Source	<% <b>1</b>

## **REPRESENTASI KONSEP DIRI CANTIK DALAM VIDEO KLIP (Analisis Semiotika Video Klip Beyonce – Pretty Hurts)**

### **Abstrak**

Cantik menjadi sangat penting bagi perempuan karena ada anggapan bahwa perempuan yang cantik mudah untuk mendapatkan apa yang diinginkan entah karir, anak, perkawinan, ataupun yang lain sehingga menimbulkan kesan bahwa menjadi perempuan cantik adalah suatu keharusan agar mendapatkan hidup yang mudah dan bahagia. Seharusnya penilaian setiap individu mengenai cantik berbeda karena perbedaan pengalaman hidup satu sama lain, namun media sering memberikan standar kecantikan dari perempuan. Standar kecantikan tersebut seragam, menimbulkan kesan bahwa cantik dapat diukur. Salah satu bentuk media adalah video klip. Pada video klip Beyonce - Pretty Hurts menceritakan Beyonce sebagai aktor utama yang berusaha untuk menjadi pemenang dalam sebuah kontes kecantikan. Anggapan cantik yang melekat di masyarakat adalah cantik yang terkonstruksi, memiliki standar sehingga dapat dikatakan bahwa cantik memiliki ukuran. Padahal jika dilihat, penilaian cantik setiap individu berbeda karena memiliki pandangan dari pengalaman hidup yang berbeda yang dapat dilihat dari konsep diri masing-masing. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana representasi konsep diri cantik pada video klip Beyonce - Pretty Hurts. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, peneliti menggunakan analisis semiotik Roland Barthes sebagai metodologi, melalui dua tataran pemaknaan yakni denotasi dan konotasi dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan empat kategorisasi dalam konsep diri cantik yaitu, pembelajaran budaya, pandangan orang lain, perbandingan orang lain, interpretasi diri. Keempat kategorisasi ini merupakan faktor penilaian Beyonce mengenai cantik. Interpretasi diri merupakan sumber yang paling menentukan Beyonce dalam menilai kecantikan dari dirinya karena pada akhir video klip menggambarkan bahwa menjadi dirinya sendiri cukup, dia cukup cantik untuk ukuran dirinya sendiri sehingga dia tidak membutuhkan penilaian orang lain mengenai kecantikannya.

**Kata Kunci :** Cantik, konsep diri, semiotika Roland Barthes

### **Abstracts**

Beauty is important for girls because they believe that beautiful girls can get what she wants whether career, childrens, marriage, or else that make impression beautiful girl is a must to get an easy and happy life. The meaning of beauty should be different from each individuality because it reflects on each experience, but in media shows the standard of beauty. The same standard of beauty in media make the opinion of beauty can be measured. One of the media is music video. In Beyonce's music video, narrates about Beyonce as main actress who try hard to become the winner of beauty contest. People's assumption of beauty is something that constructed, has it owns standard which can be told that beauty is measured. Whereas, beauty is different from each personality from their different experiences that looked from each self concept. In this research, researcher wants to know how representation self concept of beauty in the Beyonce's music video Pretty Hurts. For answer that, research use Roland Barthes semiology analysis as an methodology through two level of meaning, denotation and connotation, with qualitative descriptive approach to know how the representation self concept of

beauty presented in the Beyonce's music video *Pretty Hurts*. The result of this research shows four categories, there are cultural teaching, other's image, social comparison, interpretation and evaluation. Four of those categories are the source of how Beyonce value her own beauty. Interpretation is the most determine because in the last music video, Beyonce realized that her own self is enough, she's beautiful enough for her own self and she doesn't need another people tell her about her own beauty.

**Key Word:** Beauty, Self Concept, Semiotic of Roland Barthes

## 1. PENDAHULUAN

Cantik adalah hal yang relatif bagi setiap orang, namun secara sadar atau tidak banyak pihak yang memberikan definisi dan pola pikir atas apa yang disebut dengan cantik seperti media (lingkungan sosial), produsen make up atau berbagai kontes kecantikan (Gunawan, 2013: 60).

Konsep diri merupakan pandangan dan perasaan kita tentang diri kita sendiri . DeVito mengatakan ada 4 faktor yang bisa digunakan dalam pembentukan konsep diri, yakni interpretasi diri, pandangan orang lain, pembelajaran budaya dan perbandingan lingkungan.

Dalam interpretasi diri, bisa diterapkan pandangan Cooley terhadap bayangan diri sebagai cermin dari orang lain. Pandangan orang lain terhadap cantik membentuk pemaknaan bagi diri sendiri juga. Hendrix (2010: 92) mengatakan bahwa cantik dilihat dari segi kultural dan dengan kondisi kultural, diri seseorang di mana dia dilahirkan atau bersosialisasi menentukan bagaimana seseorang menilai arti cantik sebenarnya.

Konsep diri deVito tentang perbandingan terhadap lingkungan bisa dijelaskan lebih lanjut seperti penjelasan Laura Mulvey, perempuan ada di media untuk membuat para pria melihat mereka karena sebagian besar penonton dan pekerja media adalah pria, karena itu kecantikan mereka penting agar enak dilihat dari luar, dari media. Mereka disana untuk memuaskan mata pria dengan penampilan mereka. Penampilan yang enak dipandang, dipandang sebagai cantik oleh para penontonnya karena itu pelakon media memberikan perhatian pada visual artis atau modelnya agar enak dilihat / visual pleasure.

Sosial/lingkungan dan kepercayaan diri seseorang adalah indikator terkuat dalam ketidakpuasan diri yang dipengaruhi oleh efek tidak langsung dari media (Vonderen, 2012). Orang yang menarik selalu digambarkan menjadi pemenang dan menjadi orang yang lebih sukses (Hendriks, Burgoon pada Vonderen, 2012: 42). Interpretasi diri, perbandingan terhadap lingkungan, pembelajaran budaya dan perbandingan terhadap orang lain pada konsep diri deVito satu sama lain saling berkaitan. Pembentukan konsep diri ini yang membentuk makna cantik pada diri masing-masing. Nyatanya, banyak perempuan yang merasa tidak puas akan dirinya

sendiri saat membandingkan pada lingkungan dan budaya yang ada di sekitarnya, mengakibatkan anggapan bahwa dirinya tidak cantik.

Ketidakpuasan diri pada perempuan dipengaruhi oleh media dan lingkungan yang memberikan penggambaran realita yang berbeda dengan kenyataan yang asli. Menganggap bahwa semua yang ada di media merupakan penggambaran yang benar padahal semua perempuan sudah diberikan sentuhan lagi agar menjadi lebih sempurna

MTV *Video Music Awards* (VMA) dipilih karena MTV merupakan salah satu *channel* dari tv kabel yang telah ada di masyarakat sebanyak 80,1% (Amerika Serikat) dan berada di 400 juta rumah tangga di 140 negara di dunia dengan target audiensnya remaja dan dewasa muda. Target audiens mereka yang merupakan remaja atau usia muda, membuat konten acara yang tidak jauh dari kehidupan remaja

Penghargaan MTV VMA diselenggarakan sejak tahun 1984 namun kategori *Music Video with Social Message* dimulai pada tahun 2011 dengan masyarakat yang lebih sadar akan hal yang tengah terjadi di dunia (James, 2011). Sejak adanya kategori yang dimulai pada 2011, hanya ada 2 *music video* yang memiliki tema tentang cantik yakni Pink - Perfect (2011) dan Beyonce - *Pretty Hurts* (2014) dan hanya satu yang berhasil memenangkan penghargaan kategori *Social Message and Best Cinematography* ini yakni Beyonce - *Pretty Hurts* pada tahun 2014. Sehingga timbul pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana representasi konsep diri cantik dalam video klip Beyonce - *Pretty Hurts*?”

Penelitian terdahulu yang menggunakan video klip sebagai objek penelitian adalah Representasi Kecantikan Perempuan *Postcolonial* dalam iklan (Representasi Kecantikan Perempuan *Postcolonial* dalam iklan TV YOU C 1000mg periode 2009-2011) oleh Maharani Putri Wasista Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2012 dengan hasil menunjukkan representasi kecantikan barat atau kecantikan perempuan *postcolonial* yaitu kulit putih dilanggengkan di Indonesia, tubuh ideal yang tinggi langsing dan berwajah cantik sesuai dengan standar kecantikan perempuan barat, rambut pirang adalah warna rambut khas ras kaukasian (Eropa dan Amerika).

Penelitian kedua adalah *Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure in the Broader Context Internal and Other Social Factors*, oleh K. E. Van Vonderen dari University of Central Florida tahun 2012 dengan hasil pengaruh lingkungan sekitar dan harga diri terbukti menjadi indikator terkuat dari ketidakpuasan diri. Perbedaan kedua penelitian terdahulu adalah



mereka menggunakan tubuh perempuan sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada representasi cantik yang digambarkan pada video klip Beyonce - Pretty Hurts.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil mengenai pemaknaan tanda-tanda simbolis yang dibangun mengenai konsep diri cantik dalam musik video Beyonce "Pretty Hurts". Manfaat dari penelitian ini antara lain dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti maupun masyarakat luas mengenai konsep diri yang terdapat dalam musik video serta dapat dijadikan sebagai bahan diskusi untuk penelitian mendatang. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap studi konten musik video produksi dalam negeri dalam memberikan pemahaman kepada khalayak mengenai konsep diri setiap individu mengenai cantik. Kita mengenal diri sendiri melalui gabungan interaksi tersebut, yakni interaksi keluar (dari diri sendiri) dan lingkungan juga media (Wood, 2013: 44)

Media yang menjadi salah satu pembentuk konsep diri menjadi pemberi gagasan yang secara tidak sadar memberikan aturan yang halus untuk mengawasi agar tatanan simbolik yang ada di masyarakat mudah diatur. Melalui bentuk verbal-nonverbal dalam komunikasi ini memungkinkan media sebagai komunikator untuk menggabungkan berbagai tanda berupa ekspresi atau ungkapan makna yang kompleks dan tanpa batas (Morissan, 2014: 143)

Stuart Hall mengatakan representasi ada dalam 2 sistem, yang pertama mental representasi yaitu sistem konsep dan kesan yang ada di dalam dan di diluar kepala. Sistem 2 adalah makna yang bergantung pada konstruksi, set korespondensi antara peta konseptual di dalam diri dengan set tanda, bahasa yang merepresentasikan konsep tersebut (pada Wiratmo, 2008: 2). Representasi ini digunakan untuk memaknai tanda dan makna cantik yang ada di media yang dapat diterima oleh lingkungan.

Terdapat pembentuk cantik secara tak kasat mata oleh Wolf disebut PBQ atau *Profesional Beauty Qualification* dimana cantik dapat dikategorikan yakni cantik dibutuhkan oleh setiap perempuan agar dia memiliki kekuatan, cantik dapat diraih oleh setiap perempuan dengan bekerja keras dan setiap perempuan diharuskan memikirkan tentang kecantikannya. Dalam hal ini hanya perempuan yang diikat oleh PBQ tidak dengan pekerja laki-lakinya (Wolf, 2002: 58).

Tiga hal yang ada di dalam PBQ tersebut kemudian dengan mudah diubah oleh para pemilik perusahaan untuk membentuk imaji yang dikatakan cantik ideal dan harus dipatuhi oleh perempuan oleh Jean Baudrillard (pada Manurung, 2004: 43) disebut dengan *Symptom*.

Pesan kecantikan yang ditampilkan pada media selalu mengalami pergeseran. Kecantikan sesungguhnya bukan hal yang universal ataupun tidak bisa diubah. Ukuran idealnya berubah lebih cepat daripada proses evolusi (Wolf, 2002: 25). Pada tahun 1800 cantik adalah seperti perempuan yang terdapat pada lukisan abad pertengahan, perempuan sering dilukiskan dengan pinggul yang sangat ramping. Pada saat ini perempuan cantik digambarkan seperti model Victoria Secret Karlie Kloss yang memiliki kaki panjang yang ramping dan tubuh kurus (Tiara, 2012: 1)

Tubuh perempuan yang dianggap cantik berubah karena makna simbol yang ada di dalamnya. Sekarang tubuh perempuan yang kecil dan kurus yang selalu menjadi simbol perempuan cantik memiliki anggapan sebagai bentuk dari kepatuhan (Wolf, 2004: 187).

*“beauty is in the eye of the beholder and beauty is culturally conditioned”* (cantik adalah sesuatu yang dilihat dari segi kultural dan dengan kondisi kultural)” (Hendrix dan Carmen, 2010: 92)

Di samping memperlihatkan makna cantik yang terus bergeser, makna cantik juga berbeda dari satu individu dengan individu yang lain seperti yang diungkapkan Hendrix dan Carmen. Cantik akan berubah sesuai latar belakang individu yang melihat bagaimana cantik yang sebenarnya. Tidak ada bentuk pasti dari penilaian yang benar dari seorang perempuan (Wolf, 2004: 218) dia mengenal dirinya sendiri dengan konsep diri.

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita sendiri, bagaimana kau melihat dirimu sendiri (DeVito, 2013: 55). DeVito mengatakan ada 4 faktor yang bisa digunakan dalam pembentukan konsep diri, yakni interpretasi diri, pandangan orang lain, pembelajaran budaya dan perbandingan lingkungan. Konsep diri adalah salah satu faktor internal seseorang dalam menilai image tubuh dalam hal ini cantik, karena tubuh adalah bagian dari penilaian cantik seperti yang dikatakan Tiara (2012: 2). Selain faktor internal, faktor eksternal seperti penilaian orang terdekat seperti teman, orang tua dan lingkungan seperti media menjadi faktor pengaruh seseorang dalam menilai image tubuh (kecantikan). Semua faktor internal dan eksternal tersebut menjadikan konsep diri mampu membantu dalam menilai cantik pada diri seseorang ( Vonderen, 2012: 43-45).

Melihat dari pesan yang ditampilkan media, Boogdan (pada Morissan 2014) mengelompokkan jenis pesan menjadi 6 (enam) kategori pesan nonverbal, yakni; tipe bahasa tubuh (*kinesics*); tipe suara (*vocalisc* atau *paralanguage*), tipe tampilan fisik, sentuhan (*haptics*);

tipe ruang (*proxemics*), tipe waktu (*chronemics*), tipe objek (*artifacts*). Tanda-tanda nonverbal tersebut digunakan untuk melihat makna konotasi pada video klip Beyonce-Pretty Hurts menggunakan semiotika Roland Barthes.

Untuk menjelaskan identifikasi masalah representasi konsep diri cantik pada video klip Beyonce - Pretty Hurts, maka peneliti akan menganalisis komunikasi verbal maupun nonverbal yang terdapat dalam adegan menggunakan metode semiotika Roland Barthes dengan menggunakan pemaknaan denotasi, konotasi dan mitos. Berhubungan dengan konsep diri cantik, maka korpus-korpus dapat dianalisis berdasarkan kategori konsep diri Devito dengan isi cerita.

## **2. METODE**

Peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif pendekatan deskriptif. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian dengan hasil data deskriptif, yakni hasil data berupa ucapan oleh orang atau perilaku yang dapat diamati dapat secara langsung ataupun teks (Bogdan pada Pawito, 2007: 84). Pendekatan deskriptif kualitatif mengutamakan kedalaman data untuk mencapai kedalaman sasaran penelitian (Bungin, 2011: 68). Kedalaman data yang diinginkan peneliti dengan membandingkan data yang diperoleh dan mengeksplorasinya sehingga bisa memberikan penggambaran konsep cantik dengan berfokus pada konsep diri. Peneliti akan membandingkan hasil dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan pada masalah yang sedang diteliti. Data yang diperoleh merupakan hasil dari observasi, maupun data yang berasal dari dokumen, teks, atau karya seni yang kemudian dinarasikan (Pawito, 2007: 96).

Populasi dari penelitian ini adalah semua video klip kemudian dipilih sampel yang akan diteliti menggunakan teknik pemilihan sampel purposive sampling. *Purposive sampling* adalah memilih sampel dengan pertimbangan sampel yang dianggap sebagai ‘kunci’ dan penelitian lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada populasi dalam menentukan sampel (Bungin, 2013: 118). Setelah melihat semua videoklip yang menjadi nominasi pada MTV VMA sebagai pertimbangan MTV merupakan channel dengan segmentasi remaja besar di dunia, dapat diambil sampel dari penelitian merupakan video klip Beyonce yang memenangkan penghargaan pada tahun 2014.

Langkah yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi. Teknik tersebut dengan menonton dan mengamati video klip yang telah dipilih peneliti sebagai kategori dan memahami isi dari video klip yang kemudian akan dilakukan penelitian. Selanjutnya, peneliti akan mengambil potongan gambar yang ada di video klip

(*capture*) yang dapat mewakili tentang cantik pada video klip tersebut. Data yang sudah terkumpul akan dikelompokkan dan disajikan dalam bentuk korpus, yaitu data yang berisi data verbal dan data yang berupa percakapan maupun narasi, juga data nonverbal berupa potongan gambar atau shot. Dari hasil pengumpulan data tersebut akan diteliti dengan memperhatikan tanda yang merepresentasikan cantik.

Sampel penelitian yang berupa objek penelitian adalah isi atau konten yang ada pada video klip Beyonce - *Pretty Hurts*. Objek dipilih karena memiliki isi yang cocok dengan masalah yang ingin diteliti oleh peneliti yakni mengenai representasi dari cantik. Alasan lainnya adalah video musik *Pretty Hurts* merupakan pemenang dari MTV VMA dengan kategori *Music Video with Social Message* pada 2014.

Teknik analisis yang digunakan untuk memecahkan masalah adalah semiotik. Semiotik yang digunakan adalah semiotik milik Roland Barthes. Semiotik Barthes memiliki 2 tahapan, sama seperti Saussure yang menggunakan *signified/signifier* atau penanda/petanda, Barthes menggunakan istilah lain yakni denotasi dan konotasi yang membedakan milik Barthes dengan Semilog yang lain adalah Barthes menggunakan tanda yang berhubungan dengan budaya, terdapat unsur budaya pada semiotiknya. Makna denotasi merupakan makna tingkat pertama yang bersifat objektif. Sedangkan makna konotasi yang berada pada tingkatan kedua mengacu pada nilai budaya yang terdapat mitos di dalamnya (Pawito, 2007: 163). Peneliti memilih semiotika karena semiotika merupakan sebuah kemampuan yang bisa menggambarkan dunia dengan merujuk benda atau sesuatu seperti bunyi, gambar, suara, gerakan tangan (*visual*) (Danesi, 2012) yang bisa digunakan untuk menggambarkan makna dari simbol visual yang ada di music video Beyonce - *Pretty Hurts*

Peneliti menggunakan teknik validasi data triangulasi teori yakni menggunakan lebih dari satu teori atau beberapa perspektif untuk menginterpretasi sejumlah data (Herdiansyah, 2010: 201), peneliti akan menggunakan lebih dari satu teori untuk membandingkan hasil temuan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Pembelajaran Budaya**

Budaya sekarang bagi masyarakat adalah budaya yang diturunkan melalui informasi. Informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat sekarang dan media digunakan sebagai sarana pertukaran informasi. Apa yang dikatakan media dianggap sebagai sesuatu yang benar tanpa menghiraukan proses editing sebelum diperlihatkan kepada penonton.

Media massa contohnya memberikan pengajaran akan penggambaran ideal cantik. Cantik yang sebelumnya berbentuk konstruk diubah oleh media dengan memberikan penggambaran yang mereka inginkan seperti yang disebutkan pada lirik “*blonder hari, flat chest, TV says bigger is better. South beach, sugar free, Vogue says thinner is better*”. Media yang terlihat pada lirik tersebut adalah jenis media massa yakni TV dan majalah *Vogue*. Pada TV mereka mengatakan *bigger is better* memberikan gambaran bahwa perempuan yang subur adalah perempuan yang cantik, subur dengan dada yang besar. Sedangkan lirik yang lain *Vogue says thinner is better* menggambarkan pada majalah yang lebih memilih perempuan yang memiliki bentuk tubuh kecil.

Perbedaan ini mengarah pada satu kesimpulan yakni penggambaran fisik atau bentuk tubuh dari perempuan. Perempuan dituntut untuk menaikkan berat badannya karena perempuan yang ditampilkan di TV lebih terlihat atau menonjol. *TV says bigger is better* adalah lirik lanjutannya yakni lebih besar jika disambungkan makna cantik adalah perempuan dengan bentuk tubuh sintal, memiliki dada dan pantat besar yang dianggap sebagai hal yang lebih baik daripada tubuh langsing.

Lain pada penjelasan majalah (*Vogue*), yang ada pada lirik merupakan majalah populer remaja di barat mengenai fashion atau pakaian. Pakaian yang ditonjolkan agar terlihat menarik membutuhkan model dengan bentuk badan langsing atau kecil agar lebih bisa menonjolkan pakaian yang dipamerkan. Ini seakan mengatakan bahwa tubuh kecil lebih baik karena terlihat cantik dengan semua bentuk pakaian yang bermacam-macam.

Mitos tersebut ditunjukan pada media (TV dan majalah), lirik digunakan sebagai konsep media dalam melihat cantik ideal dari sudut pandang mereka. Media menggunakan model yang sangat kecil menjadi salah satu penyebab menaikinya ketidakpuasan tubuh pada perempuan muda (Harrison pada Lwin, 2011: 69) Diperjelas pada scene yang memperlihatkan pemenang dari kontes kecantikan yang memiliki bentuk badan kecil atau langsing, rambut pirang. Pemenang ini memperlihatkan bahwa budaya yang menguasai membentuk imajiner-imajiner.

Pada media yang menghadirkan cantik ideal dengan bintang pop seperti Britney Spears dan merepresentasikan bahwa dia merupakan ideal cantik (Manurung, 2004: 41). Masyarakat yang dihadirkan bentuk ideal dengan memberikan model secara berulang membentuk *syptom*. Syptom adalah keadaan ketika masyarakat tidak bisa membedakan mana yang nyata atau tidak. Cantik yang sebelumnya dianggap abstrak (sesuatu yang tidak bisa diukur) menjadi suatu yang

bisa diwujudkan pada banyak majalah dan ditampilkan pada layar kaca. *Syptom* memberikan sebuah gambaran nyata dengan hadirnya “cantik” di pikiran masyarakat.

### 3.2 Pandangan Orang Lain

Keluarga merupakan bagian dari masyarakat yang merupakan kesatuan kelompok terkecil untuk suatu individu memulai hidupnya. Pada umumnya, keluarga merupakan orang pertama yang memberikan pengaruh terhadap cara kita memandang diri sendiri. Penilaian tersebut menanamkan persepsi kuat pada diri sehingga membentuk pandangan hidup, ide gagasan, etika, sikap dan perilaku. Pada video klip ini, salah satu contoh dari pandangan orang lain yang sangat berpengaruh adalah orang tua, terutama ibu yang disebutkan pada lirik *mama said, you're pretty girl what's in your head it doesnt matter brush your hair, fix your teeth what you wear is all that matters*.

Penggambaran dari lirik tersebut adalah bagaimana seorang menanamkan sikap bahwa keantikan merupakan sesuatu yang bisa dilihat dari luar atau dari segi fisik seperti bentuk rambut, gigi, pakaian yang dikenakan dan tidak ada hubungan antaracantik dan menjadi pintar. Pada lirik baris keempat menyebutkan bahwa *what you wear is all that matter* (apa yang kau kenakan adalah hal yang penting). Mengenakan sesuatu berarti menggunakan benda yang diletakkan pada tubuhnya entah itu topi, pakaian, dsb. Menurut Koentjaraningrat pakaian (pada Sutardi, 2007: 38) dibagi menjadi 4 golongan, sebagai penahan pengaruh alam (melindungi dari panas, dingin, dan hujan), sebagai penunjuk kelas sosial (gengsi), sebagai lambang yang dianggap suci, dan sebagai perhiasan badan.

Ibu yang menanamkan persepsi bahwa yang dibutuhkan perempuan adalah apa yang nampak dari luar atau fisik (*what you wear is all that matters*) dan tidak membutuhkan otak yang cerdas (*what's in your head, it doesnt matter*). Gagasan tersebut kemudian menjadikan perempuan yang dijadikan model pada video klip (Beyonce) berusaha keras untuk menjadi cantik seperti apa yang dikatakan ibunya dengan berusaha memenangkan kontes.

Menurut Foucault (pada Sheffield, 2002:3) pengetahuan adalah kekuatan paling besar namun sayangnya pengetahuan juga terselubungi gender yang menganggap bahwa kekuatan adalah milik laki-laki. Pada masyarakat patriarki, laki-laki lah yang memiliki kekuatan, sehingga pada sudut pandang ibu, perempuan tidak membutuhkan pengetahuan yang merupakan sumber paling besar kekuatan karena kekuatan milik laki-laki dan anaknya adalah seorang perempuan.

Terdapat hubungan antara sikap orang tua dan sikap mengenai penggambaran tubuh pada anak karena sikap orang tua dalam memberikan pengarahan kepada anak adalah faktor yang sangat penting selama perkembangan anak (Vonderen, 2012: 45). Komentar orang tua mengenai bentuk tubuh anak selama anak tumbuh berpengaruh terhadap pengertian anak mengenai kepuasan diri (Levin pada Vonderen, 2012: 45). Orang tua, pada lirik tersebut menyebut sebagai ibu memberikan penilaian langsung bahwa anak perempuannya harus tumbuh cantik yang dinilai dari fisiknya dan kepandaian bukan sesuatu yang penting.

Disini lebih ditekankan pada sosok seorang ibu. Ibu memiliki peranan penting bagi perkembangan anak perempuan khususnya. Dalam keluarga ibu bisa bersikap lebih menerima, lebih kooperatif terhadap anak dengan kata lain ibu lebih menaruh perhatian dan lebih aktif dalam perkembangan anak (Monk,dkk pada Nora dan Widuri, 2011)

Pandangan orang lain yang mempengaruhi perempuan pada video klip selain ibu adalah pelatih. Pelatih ditunjukkan sebagai orang lain yang mempengaruhi Beyonce karena dia sedang berada di kontes kecantikan. Penggambaran pelatih yang menjadi panutan oleh Beyonce terlihat pada scene yang menunjukkan pesan nonverbal kinesik menggunakan *medium shot* (MS) untuk melihat gerak tangan, dari pelatih yang memberikan perintah pada Beyonce untuk segera turun dari timbangan. Pada scene yang memperlihatkan pelatih menepuk perut dari Beyonce diperlihatkan *extreme long shot* (ELS) untuk melihat situasi atau pemandangan yang terjadi. Pesan yang disampaikan menunjukkan pesan nonverbal dalam tipe gerak tubuh (kinesics).

Pada *scene* pelatih yang memberikan perintah untuk segera turun dari timbangan dan tepukan perut pada Beyonce memperlihatkan ketidaksukaan pelatih pada Beyonce. Ketidaksukaan tersebut diperlihatkan dengan meminta kontestan yang mengenakan baju hitam untuk segera turun dari timbangan dengan menggerakkan tangan ke depan dan belakang dengan wajah yang masam. Ketidaksukaan pelatih pada Beyonce memiliki sebab karena Beyonce memiliki bentuk tubuh yang dianggap tidak cantik oleh pelatih, yakni bentuk tubuh sintal. Perempuan cantik adalah perempuan yang berkulit putih, berambut lurus dan panjang, berkaki jenjang serta langsing sementara yang tidak memiliki kriteria tersebut dinilai tidak termasuk kategori cantik (Featherstone pada Wasista 2012: 3). Pelatih tersebut memperlihatkan ketidaksukaannya pada perempuan tersebut dari wajahnya yang masam dan tepukan perutnya yang dianggap tidak rata karena menurutnya, perempuan yang cantik adalah perempuan yang langsing.

Mitos yang terlihat adalah menjadi seorang perempuan akan selalu menjadi objek, entah setuju atau tidak. Dimulai dari masyarakat patriarki yang mengutamakan pandangan pria akan suatu hal. Masyarakat patriarki melahirkan sebuah fenomena dinamakan male gaze. Male gaze memiliki arti bahwa perempuan secara fisik maupun arti perempuan secara keseluruhan dinilai dari sudut pandang pria. Dengan pandangan ini perempuan harus mengerti tentang dirinya dan apapun yang dilakukannya untuk diperlihatkan pada orang lain terutama pada laki-laki dan itu merupakan hal yang penting untuk kesuksesan pada hidupnya (Berger pada Sheffield, 2002: 3).

Adanya pandangan ini sebenarnya membuat perempuan sadar bahwa sudah menjadi objek dan dapat memisahkan diri dari kebebasannya sendiri. Namun saat mereka melihat perempuan lain mereka tetap menjadikan sudut pandang pria sebagai lensa dan memungkinkan mereka untuk menyangkal subjektivitas mereka sendiri. Male gaze sering melihat perempuan dengan bentuk yang sama, seperti bentuk tubuh datar yang sering ada pada kover majalah (Sheffield, 2002: 3)

### **3.3 Perbandingan Orang Lain**

Proses membandingkan diri dari apa yang kita miliki, seperti sifat dan kemampuan kepada orang lain disebut Perbandingan sosial (*Social Comparison*) (Solomon, 2013: 76). Saat menilai orang lain pada kategorisasi pandangan orang lain, dibutuhkan penilaian akan orang tersebut terhadap kita, namun pada kategorisasi ini, kita yang menentukan siapa orang yang akan menjadi pembanding dari diri kita dan biasanya kita membandingkan diri kita pada seseorang yang berasal pada tingkatan yang sama pada kita seperti perempuan akan cenderung membandingkan dirinya pada perempuan lain (*same gender*) dan cenderung pada usia yang sama (*same age*) (Solomon, 2013: 76). Perbandingan dengan orang lain muncul saat seseorang ingin menilai seberapa efektif dan kompeten dirinya terhadap teman sebaya mereka (Devito, 2013: 55)

Terlihat pada scene Beyonce memudahkan senyumnya saat dia dinyatakan kalah pada kontes kecantikan tersebut. Pengambilan gambar menggunakan medium close up untuk melihat ekspresi dari Beyonce, ini merupakan pesan nonverbal kinesik dalam bentuk facial Beyonce yang terlihat sedih karena kalah. Beyonce yang melirik dan merunduk memperlihatkan perasaan iri dan sedih akan kemenangan orang lain. Orang lain adalah cerminan diri sendiri. Seseorang yang menarik menganggap dirinya menarik setelah orang lain setuju bahwa dia menarik (Langlois, 2000: 390)



Perempuan lebih sering memperlihatkan ketidakpercayaan diri lebih tinggi daripada laki-laki yang diperlihatkan pada prosentase Amerika, 40% perempuannya tidak merasa puas akan dirinya, ini lebih tinggi daripada pria yang hanya 25%. Sedangkan di Eropa, hanya 18% prianya tidak puas akan dirinya. Sedangkan perempuan sebanyak 50%. Perempuan Asia memiliki ketidakpuasan diri lebih tinggi dibandingkan perempuan Amerika maupun Eropa. Sebanyak 57% perempuan Asia tidak merasa puas, sedikit lebih tinggi 3% daripada pria yang hanya 54% (Lwin dan Malik, 2013: 69).

Pada scene yang lain terlihat, 20 perempuan tersebut memiliki kesamaan, berdiri pada tempat yang sama menggunakan model pakaian yang sama dengan cara berdiri yang sama memperlihatkan kesetaraan mereka pada *social comparison*. Scene ini diambil menggunakan *extreme long shot* untuk memperlihatkan situasi atau pemandangan yang terjadi. Pemandangan yang ingin ditampilkan adalah perempuan yang berdiri berjejer menghadap kamera dengan bentuk badan tinggi yang sama, postur tubuh yang sama, pakaian atau gaun malam yang cenderung ketat untuk memperlihatkan lekuk tubuh mereka dan dengan wajah *full make up* untuk melihat kesetaraan mereka pada *social comparison*. Bentuk fisik, pakaian, postur, jenis make up yang digunakan oleh kontestan hampir memiliki jenis yang sama seakan menjelaskan bahwa mereka adalah cantik ideal yang dapat digunakan untuk perbandingan ideal perempuan lain.

Mitos dari kehadiran kontes kecantikan banyak menuang protes karena menggunakan ukuran yang pasti sebagai standar cantik. Tidak hanya para kontestan yang mengalami keraguan akan dirinya karena mereka harus berkompetisi satu sama lain, tapi orang lain yang melihat kontes tersebut cenderung akan membandingkan diri mereka pada kontestan karena merekalah yang digunakan sebagai standar cantik. Bahkan bagi orang tua, tak jarang dari mereka melakukan serangkaian operasi plastik untuk mendapatkan standar yang diberikan oleh kontes kecantikan pada anak mereka (Lieberman, 2010: 755-756).

Hendrix mengatakan bahwa cantik adalah sesuatu yang dilihat dari segi kultural dan dengan kondisi kulutural. Kultur atau budaya yang ada sekarang memperlihatkan bahwa ideal cantik dapat diukur dengan menghadirkan model pada media massa. ini mengakibatkan perempuan lebih sering merasa tidak puas akan dirinya. Budaya yang membawa pemahaman tersebut kemudian membuat juri dan pelatih memberi penilaian kontestan yang lebih baik dan

menjadikannya pemenang atau kontes kecantikan yang memiliki standar fisik yang harus dicapai agar menang.

### 3.4 Interpretasi Diri

Interpretasi diri adalah bagaimana seseorang menilai dirinya. Interpretasi diri Beyonce yang ada pada video klip memperlihatkan 2 tahap yakni tahap saat Beyonce menilai dirinya negatif dan tahap dimana dia menilai dirinya sendiri positif. Penilaian Beyonce pada tahap negatif menimbulkan ketidakpuasan diri akan tubuh dan wajahnya.

Ketidakpuasan diri Beyonce pada tubuh diperlihatkan pada scene saat dia sedang berolah raga keras dan scene saat dia berjongkok di depan toilet untuk memuntahkan makanan. Scene saat dia sedang berolahraga menggunakan pengambilan gambar *medium shoot* yang memberikan pesan artifaktual dalam bentuk pakaian ketat dengan gembok pada perut. Scene yang lain diambil dengan *overhead shot (top angle)* dengan scene perempuan yang berjongkok di depan toilet sambil memasukkan tangannya ke dalam mulut untuk memuntahkan sesuatu. Pesan nonverbal yang digunakan pada korpus ini adalah pesan kinesik yang memperlihatkan gerak tubuh dari perempuan yang ingin memuntahkan sesuatu.

Ketidakpuasan diri Beyonce akan tubuhnya membuatnya menggunakan berbagai cara agar tubuhnya menjadi lebih kecil. Ketidakpuasan ini timbul saat pelatih tidak menyukai bentuk tubuh Beyonce yang sintal membuatnya melakukan olah raga ketat dengan gembok penahan agar perutnya lebih kecil dan memuntahkan makanan yang sudah dimakannya agar dia tetap bisa makan tanpa menambah berat badannya, berharap tubuhnya berubah kecil bukan sintal. Bulimia adalah penyakit dimana seseorang memuntahkan makanan secara paksa karena takut akan naiknya berat badan setelah mengonsumsi makanan. Angle yang dipilih merupakan *overhead top (top angle)* yang sering digunakan untuk memperlihatkan seseorang yang merasa kecil. Model tersebut merasa kecil akan dirinya sendiri karena ketidakpuasan diri dan takut akan naiknya berat badan.

Pada scene lain menunjukkan Beyonce selain tidak puas akan bentuk badannya, juga tidak puas akan bentuk wajahnya melakukan suntik pada bibirnya. Scene tersebut diperlihatkan dengan *medium shoot* yang digunakan untuk memperlihatkan model yang sedang disuntik wajahnya. Pesan komunikasi nonverbal dari scene tersebut adalah kinesik yakni pesan yang memperlihatkan raut wajah (*facial*) dan pesan sentuhan yakni sentuhan yang dilakukan oleh

dokter sebagai spesialis dari seragam dokter yang digunakan oleh orang yang menyuntik pada bibir Beyonce.

Raut wajah yang diperlihatkan oleh Beyonce terlihat tidak nyaman akan suntikkan yang diberikan dokter. Suntikan tersebut merupakan serangkaian konstruksi wajah yang dilakukan oleh Beyonce untuk membuat dirinya makin menarik. Ketidaknyamanan tersebut tergambar pada lirik *aint got no doctor or pill can take the pain away* (tidak ada dokter atau obat yang dapat menghilangkan rasa sakitnya). Rasa sakit yang ditimbulkan bukan berasal dari suntikan namun dari ketidakpuasan dirinya sehingga membuat model tersebut melakukan serangkaian hal salah satunya operasi plastik sehingga membuatnya mengubah sesuatu dari dirinya sendiri. Ketidaknyamanan akan suntikan tersebut bisa menjadi tahap yang lebih positif dari diri Beyonce yang tidak lagi puas akan dirinya.

Ketidakpuasan akan diri Beyonce pada video klip kemudian membuatnya melakukan hal-hal yang dikatakan oleh Foucault sebagai bentuk pendisiplinan diri. Disiplin diri ini terbentuk karena adanya struktur sosial (Foucault, 1995: 80). Struktur sosial memberikan bentuk cantik yang nyata sehingga membuat Beyonce yang merasa dirinya tidak cantik menghukum dirinya sendiri dengan melakukan hal-hal untuk mengubah bentuk tubuhnya agar masuk dalam kategori cantik menurut struktur sosial tersebut.

Pada kategorisasi pandangan orang lain yang menjadi panutan dirinya adalah ibu dan pelatih. Pandangan orang lain ini membantu untuk mengenal dirinya dan melakukan hal yang diyakininya benar. Pandangan ibu memberikan anggapan bahwa perempuan cantik merupakan hal yang terpenting sehingga untuk membuktikan itu, dia mengikuti kontes kecantikan. Sedangkan kritik fisik yang diterimanya dari pelatih membuatnya memaksa untuk mengubah tubuhnya dengan latihan fisik atau beberapa hal yang berbahaya pada scene kategori ini.

Tahap negatif yang diperlihatkan oleh Beyonce pada scene-scene tersebut mulai berubah saat mencapai klimaks video klip berubah menjadi kepuasan diri Beyonce akan dirinya sendiri. Salah satu scene diperlihatkan *shoot close up* yang memperlihatkan model sedang tersenyum setelah mengusap make up dari wajahnya. Komunikasi nonverbal yang ada adalah pesan kinesik dari raut wajahnya yang tersenyum.

Tersenyum menandakan perasaan senang pada dirinya. Scene tersebut menggambarkan Beyonce puas akan dirinya sendiri tanpa make up. Make up digunakan untuk mengubah wajah seseorang menjadi lebih menarik agar perempuan menjadi lebih percaya diri. Namun Beyonce

menghapus make upnya dan menghadap kamera seakan mengatakan bahwa dia lebih bahagia menjadi dirinya yang tanpa make up, dia tidak memerlukan kosmetik untuk membuat dirinya percaya diri. Diperjelas dengan lirik *are you happy with yourself* (apakah kamu bahagia dengan dirimu sendiri?) dan dijawab dengan *yes*.

Kepuasan diri yang lain diperlihatkan dengan *extreme long shot* untuk melihat situasi atau pemandangan yang terjadi pada sebuah scene. Beyonce terlihat menghancurkan piala yang ada di ruangan tersebut menggunakan salah satu piala yang dia pegang. Pesan nonverbal pada scene ini adalah pesan kinesik gerak tubuh saat dia menghancurkan piala yang ada di sekitarnya.

Level konotasi pada shoot ini, penghancuran piala yang didapatnya setelah mengikuti kontes kecantikan memiliki arti ketidakpedulian lagi pada simbol kemenangannya lagi, ketidakpeduliaannya lagi pada kontes kecantikan yang diikutinya. Beyonce tidak butuh penilaian orang lain agar dirinya menarasa cantik. Mitos dari kontes kecantikan tidak membentuk diri yang lebih baik karena persaingan terhadap perempuan yang lain untuk menjadi yang lebih ‘cantik’. Ideal cantik yang masih abstrak ini dibentuk oleh media yang menanamkan ukuran ideal sendiri. Beyonce menyadari bahwa dia tidak butuh cantik dari apa yang ada di kontes kecantikan. Dihapusnya make up, tersenyum akan pantulan wajahnya tanpa make up dan penghancuran piala memberikan makna bahwa dirinya merasa bahwa dia puas akan dirinya sendiri dan tidak lagi membutuhkan penilaian cantik dari orang lain.

#### **4. PENUTUP**

Penilaian setiap individu mengenai cantik berbeda karena sebenarnya bentuk cantik adalah abstrak. Penilaian seseorang berbeda menurut pengalaman pribadi mereka. Menurut Wood, seseorang harus bisa mengenal diri sendiri untuk bisa menilai apakah dirinya cantik atau tidak. Wood mengatakan bahwa untuk mengenal diri sendiri melalui gabungan interaksi antara dari dalam diri dengan lingkungan juga media. Interaksi terhadap diri sendiri maupun lingkungan juga media terdapat pada konsep diri DeVito. DeVito mengatakan terdapat 4 sumber dalam menilai diri sendiri yakni pembelajaran budaya (*cultural teaching*), pandangan orang lain (*Other's image*), perbandingan dengan orang lain (*social comparison*) dan Interpretasi, Evaluasi diri (*interpretation and Evaluation*). Interaksi dari dalam diri merupakan interpretasi dan evaluasi diri sedangkan interaksi terhadap lingkungan terdapat pada pandangan orang lain dan perbandingan dengan orang lain sedangkan media terdapat pada pembelajaran budaya. Sehingga

bisa dikatakan bahwa teori konsep diri DeVito bisa digunakan untuk melihat bagaimana perempuan menilai dirinya cantik atau tidak. Pada video klip Beyonce - Pretty Hurts menceritakan perempuan yang berusaha untuk menjadi pemenang dalam sebuah kontes kecantikan. Dalam perjalanannya untuk menjadi seorang pemenang, dia menilai kecantikan dari dirinya sendiri. Anggapan cantik yang melekat di masyarakat adalah cantik yang terkonstruksi, memiliki standar sehingga dapat dikatakan bahwa cantik memiliki ukuran. Padahal jika dilihat, penilaian cantik setiap individu berbeda karena memiliki pandangan dari pengalaman hidup yang berbeda yang dapat dilihat dari konsep diri masing-masing. Cantik dilihat dari segi kultural dengan kondisi kultural sehingga membuat setiap individu seharusnya memiliki perbedaan dalam melihat ukuran kecantikan. Namun yang terjadi, media sering memberikan simbol cantik berupa sebuah ikon dengan penggambaran yang sama sehingga membuat masyarakat yang sering mengonsumsi media membuat sebuah asumsi yang sama, hal ini disebut *symptom* yakni masyarakat yang percaya pada bentuk yang awalnya imajiner berubah menjadi bentuk nyata. Masyarakat meyakini bahwa cantik memiliki ukuran, perempuan yang ada di dalam media yang berupa sebuah ikon menjadi tolak ukur dari cantik mengakibatkan banyak perempuan yang mengalami ketidakpuasan diri dan melakukan hal-hal untuk mendapatkan ukuran cantik. Hal-hal yang dilakukan banyak yang membahayakan dirinya sendiri karena memaksakan diri dari standar cantik orang lain. Namun pada akhir video klip Beyonce, dia menggambarkan bahwa menjadi dirinya sendiri cukup, dia cukup cantik untuk ukuran dirinya sendiri sehingga dia tidak membutuhkan penilaian orang lain mengenai kecantikannya. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji tentang representasi cantik pada media massa khususnya media cetak.

## **PERSANTUNAN**

Karya ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada ibu Rina Sari Kusuma M.I.Kom selaku pembimbing yang telah memberikan fasilitas berupa waktu, saran, dan motivasi dalam penggarapan karya ini. Terimakasih kepada kedua orang tuaku Bapak Bambang dan Ibu Indah yang telah memberikan dukungan doa serta dorongan baik materiil maupun non materiil. Terima kasih untuk adikku Tata dan Annys yang selalu menjadi penghibur di rumah, kepada teman-temanku dekat dari fakultas yang sama maupun sahabat jauh yang terasa dekat yang selalu memberi semangat, masukan dan mau bertukar pikiran selama penyusunan karya ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Danesi, M. (2012). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: JALASUTRA.
- De Cort, Anne. (2009). *The Ideal of Female Beauty in Two Different Culture: Socio-Cultural Analysis of Belgian and Malaysian Print Advertisements*. University of Antwerp. Research on Youth and Languages Novitas-Royal vol 3(2), 117-128
- DeVito, Joseph A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. United States of America: Pearson Education
- Foucault, Michel (1995). *Discipline and Punish the Birth of Prison (2nd Vintage Edition)*. Diterjemahkan oleh: Sheridan, Alan. New York: A Division of Random House Inc
- Gunawan, Metha. (2013). *Penerimaan Penggemar SNSD terhadap kecantikan SNSD dalam Video Klip Gee*. Universitas Kristen Petra. Jurnal E-Komunikasi vol 1 no 3 tahun 2013
- Hendrix, John Shannon dan Carman, Charles H. 2010. *Renaissance Theory of Vision*. England: Ashgate
- Kalayci, Nurdan. (2015). *Analysis of the Cartoon Series from a Gender Equality Perspective: Pepee*. Gazi University. Journal of Education and Science vol 40 no 177, 243-270
- Knobloch-Westerwick, Silvia dan Crane, Josselyn. 2012. *A Losing Battle: Effects of Prolonged Exposure to Thin-Ideal Images on Dieting and Body Satisfaction*. The Ohio State of University. Communication Research 39 (1) 79-102
- James, N. (2011). New 2011 MTV VMA Category: "Best Video With A Message" - MTV. Retrieved May 9, 2016, from <http://www.mtv.com/news/2298721/mtv-vma-best-video-with-a-message/>
- Lieberman, Lindsay. (2010). *Protecting Pegeant Princesses: A Call for Statutory Regulation of Child Beauty Pegeants*. Reutgers College
- Lwin, May O dan Malik, Shelly. (2011). *The Role of Media Exposure, Peers, and Family on Body Dissatisfaction Amongst Boys and Girls in Singapore*. Routledge. Journal of Children and Media 6:1, 69-82
- Manurung, Pappilon Halomoan. (2004). *Membaca Representasi tubuh dan Identitas sebagai Sebuah Tatanan Simbolik dalam Majalah Remaja*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Jurnal Ilmu Komunikasi vol 1 no 1 Juni 2004: 37-72
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Nora, Ariza Cilvia dan Widuri, Erlina Listyanti. (2011). *Komunikasi Ibu dan Anak dengan Depresi pada Remaja*. Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Jurnal Humanitas vol. VIII no. 1 Januari 2011
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS
- Rakhmat, Jalaluddin. (1996). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Sarkar, Sumita. (2014). *Media and women image: A Feminist discourse*. Mumbai Academic. Journal of Media and Communication Studies Vol. 6(3), pp. 48-58
- Sheffield, Tricia. (2002). *Cover Girls: Toward a Theory of Devine Female Embodiment*. Drew University. Journal of Religion and Society volume 4
- Solomon, Denise dan Theiss, Jennifer. (2013). *Interpersonal Communication*. New York: Routledge
- Sutardi, Tedi. (2007). *Antropologi: Mengungkap Keragaman Budaya*. Bandung: Setia Purna Inves
- Tiara, Cikita. (2012). *Citra Tubuh dan Bentuk Tubuh Perempuan Ideal di Masyarakat*. Institute Teknologi Bandung Journal Tingkat Sarjana Seni Rupa dan Desain No.1
- Tiastuti, Rosita Wulaning. (2013). *Makna Cantik bagi Wanita: Studi tentang Pemaknaan Wanita Konsumen Natasha mengenai Kecantikan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Vonderer, K. E. Van. (2012). *Media Effects on Body Image : Examining Media Exposure in the Broader Context of Internal and Other Social Factors*. University of Central Florida. American Communication Journal vol14(2), 41–57.
- Wasista, Maharani Putri. (2012). *Representasi kecantikan perempuan postcolonial dalam iklan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Wiratmo, Liliek Budiastuti dan Gifari, Mochamad. *Representasi Perempuan dalam Majalah Wanita*. PSG STAIN Purwokerto Jurnal Studi Gender dan Anak vol 3 no, 101-119
- Wolf, Naomi. (2002). *MitosKecantikan: Kala KecantikanMenindasPerempuan*. Yogyakarta: Niagara
- Wood, JuliaT. (2013). *Komunikasi Interpersonal: InteraksiKeseharian*. Jakarta Selatan: SalembaHumanika
- Yudistira, Arif Saifudin. (2014). *Penjara Perempuan*. Yogyakarta: Komojoyo Press